

**KERJA SAMA EKONOMI INDONESIA-THAILAND
DALAM PERDAGANGAN PRODUK HALAL DI PASAR
ASEAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM**

Skripsi

ALAN ISKANDAR

NPM: 1651010282



Program Study: Ekonomi Islam

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1442H / 2021M**

**KERJA SAMA EKONOMI INDONESIA-THAILAND
DALAM PERDAGANGAN PRODUK HALAL DI PASAR
ASEAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat
- Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

Oleh:

ALAN ISKANDAR

NPM: 1651010282

Program Studi: Ekonomi Syariah



Pembimbing I : Dr. Hj. Heni Novarita, S.M., M.Si

Pembimbing II : Diah Mukminantul Hasyimi, M.E.Sy

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1442H / 2021M**

ABSTRAK

Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT) Forum merupakan momen strategis membangun aliansi antara 3 negara dalam rangka memperkuat kerjasama pembangunan layanan produk halal di wilayah ASEAN. Kawasan Industri Halal diharapkan mampu menciptakan produk-produk yang bisa bersaing dengan produk luar nantinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak bentuk kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Thailand dalam perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean, dan untuk mengetahui Pandangan Ekonomi Islam mengenai bentuk kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Thailand dalam perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean.

Adapun penelitian yang akan dilaksanakan ini merupakan penelitian yang sifatnya deskriptif kualitatif. Dalam penulisan penelitian ini data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder.

Hasil dari penelitian ini adalah, bentuk kerja sama Indonesia dan Thailand dalam pemasaran produk halal ditujukan untuk memenuhi kebutuhan permintaan produk halal di Indonesia dan Thailand. Adanya kepentingan nasional memberikan gambaran bahwa terdapat aspek-aspek yang menjadi identitas dari negara. Hal tersebut dapat dilihat dari sejauh mana fokus negara dalam memenuhi target pencapaian demi kelangsungan bangsanya. Bentuk kerja sama ini ditandai dengan kemudahan perizinan masuknya produk ke masing-masing negara, serta sosialisasi pengenalan produk halal yang dihasilkan dengan memanfaatkan kerja sama dengan kementerian dari masing-masing negara, seperti kementerian perdagangan, maupun kementerian luar negeri. Menurut pandangan ekonomi Islam, pengembangan produk halal juga memiliki dampak yang baik tidak hanya bagi kemajuan ekonomi Indonesia, tetapi juga berdampak baik pada kesehatan serta ketenangan hati masyarakat muslim di Indonesia. Adanya produk halal dapat menghilangkan kecemasan akan konsumsi pada suatu produk, dikarenakan setiap umat muslim diwajibkan untuk menghindari segala sesuatu yang bersifat haram.

Kata Kunci : Kerja Sama, Perdagangan, Produk Halal, ASEAN



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alan Iskandar
Npm : 1651010282
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“KERJA SAMA EKONOMI INDONESIA-THAILAND DALAM PERDAGANGAN PRODUK HALAL DI PASAR ASEAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**. Adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 26 Maret 2021
Penyusun



Alan Iskandar



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin 1 Bandar Lampung 35131. Telp. (0721) 703289.

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **KERJASAMA EKONOMI INDONESIA
THAILAND DALAM PERDAGANGAN
PRODUK HALAL DIPASAR ASEAN
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM**

Nama : Alan Iskandar
NPM : 1651010282
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Dr. Hj. Heni Koviariata, M.Si.
NIP. 196511121992032002

Pembimbing II

Diah Mukminatul Hasymi, M.E.Sy.
NIP. 199103302019031018

Mengetahui,

Ketua Program Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Madnasir, S.E., M.Si.
NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin 1 Bandar Lampung 35131. Telp. (0721) 703289.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“KERJASAMA EKONOMI INDONESIA THAILAND DALAM PERDAGANGAN PRODUK HALAL DIPASAR ASEAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** disusun oleh, **Alan Iskandar, NPM: 1651010282** Program Studi **Ekonomi Syariah**, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal :

TIM MUNAQASYAH

Ketua : Ahmad Zuliansyah, M.M

(.....:)

Sekretaris : Dania Hellin Amirna, M.Sc.

(.....)

Penguji I : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy.

(.....)

Penguji II : Dr. Hj. Heni Noviarita, M.Si

(.....)

Penguji III: Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si

NIP. 198008012003121001

MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ

الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya :*Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaan itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (QS At-Taubah:105).*



PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT dan rasa syukur yang tak terkira dan sebagai ungkapan terimakasih, ku persembahkan skripsi ini kepada:

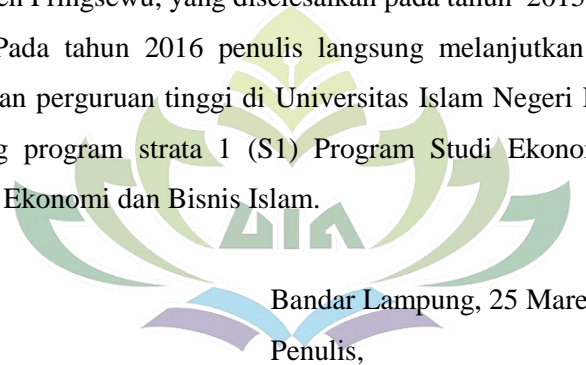
1. Ayahanda Zahir dan Ibunda Siti Patonah tercinta, do'a tulus dan ucapan terimakasih selalu ku persembahkan atas jasa, pengorbanan, mendidik, memberikan semangat, dukungan dan tak pernah lelah memberikan bekal berupa moral dan material serta membesarkanku dengan penuh kasih sayang sehingga menghantarkanku menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
2. Kakakku tercinta Ulfa Zahriah yang sangat aku sayangi dan sangat aku cintai, selalu menguatkan ku dengan sepenuh hati, merawatku, memotivasiku dengan nasehat-nasehat yang luar biasa dan selalu mendo'akan ku agar terus berada dijalannya. Semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.
3. Teruntuk adikku tersayang Himmatul Mukaromah, yang selalu memberikan dukungan serta perhatian dalam menyelesaikan skripsi agar menjadi contoh yang baik untuk kemudian hari.
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung, yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu dunia kehidupan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama lengkap Alan Iskandar dilahirkan di Banyumas pada tanggal 6 November 1997, anak kedua dari 3 bersaudara dari Bapak Zahiri dan Ibu Siti Patonah.

Pendidikan yang penulis tempuh adalah Sekolah Dasar di SDN 1 Pekon Susuk Kecamatan Kelumbayan, Kabupaten Tanggamus, yang diselesaikan pada tahun 2009, dan melanjutkan ke SMP N 1 Kelumbayan Kabupaten Tanggamus, yang diselesaikan pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pada bangku SMA N 2 Gading Rejo Kabupaten Pringsewu, yang diselesaikan pada tahun 2015.

Pada tahun 2016 penulis langsung melanjutkan ke jenjang pendidikan perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung program strata 1 (S1) Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



Bandar Lampung, 25 Maret 2021

Penulis,

Alan Iskandar

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr, Wb

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Taufiq dan kenikmatan berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan Hidayah-Nya. Tidak lupa Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Besar Muhammad SAW, Shalawat dan salam semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, dan umatnya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “KERJA SAMA EKONOMI INDONESIA-THAILAND DALAM PERDAGANGAN PRODUK HALAL DI PASAR ASEAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan, bimbingan dan pengarahan serta do'a. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Madnasir, S.E, M.S.I., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Hj. Heni Novarita, S.M., M.Si dan Diah Mukminantul Hasyimi, M.E.Sy, masing-masing selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam

membimbing, mengarahkan dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik.

4. Kepala perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan pengelola perpustakaan yang telah memberikan informasi, data, referensi dan lain-lain.
5. Keluarga besar Ekonomi Syariah Kelas C angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikandukungan baik material maupun moril.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan informasi yang berkaitan dengan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian dan tulisan ini masih jauh dari sempurna. Hal ini tidak lain disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca khususnya bagi akademik di Jurusan Ekonomi Islam UIN Raden Intan Lampung, Amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, 26 Maret 2021

Penulis,

Alan Iskandar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus Dan Sub-Fokus Penelitian.....	14
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan Penelitian	15
F. Manfaat Penelitian.....	15
G. Kajian PenelitianTerdahulu Yang Relevan	16
H. Metode Penelitian	19
I. Sistematika Pembahasan	23

BAB II. LANDASAN TEORI

A. Kerja Sama Internasional	25
1. Pengertian Kerjasama Internasional.....	25
2. Alasan Negara-Negara Melakukan Kerja Sama..	26
3. Faktor-Faktor Yang Mendorong Kerja Sama.....	27
4. Tujuan Kerja Sama Internasional	27
5. Bentuk-Bentuk Kerja Sama Internasional	28

B. Diplomasi Ekonomi	29
1. Pengertian Diplomasi Ekonomi	29
2. Diplomasi Ekonomi.....	30
C. Produk Halal.	31
D. Pengembangan dan Perdagangan Pasar Produk Halal	33
E. Kepentingan Nasional dalam Kerjasama Perdagangan dan Pengembangan Pasar Produk Halal	34
F. Ekonomi Islam	35
G. Kerja Sama Indonesia dan Thailand Dalam Pandangan Hukum Islam	41
H. Kerangka Pemikiran	42

BAB III. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian	45
B. Penyajian Data dan Fakta Penelitian	49

BAB IV. ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Penelitian	57
B. Temuan Penelitian	81

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Rekomendasi	85

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Produk Halal Indonesia dan Thailand	12
2. Jenis-Jenis Produk Halal Kerja Sama Indonesia-Thailand	15
3. Neraca Perdagangan Produk Halal Indonesia – Thailand.....	17
4. Perkembangan Ekspor Non-Migas Negara Tujuan	68
5. Food Exports Indonesia dan Thailand Tahun 2014-2019.....	70
6. Permintaan Produk Halal Thailand.....	74
7. Data Sertifikasi Halal MUI Pusat Periode 2015-2020	75



DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Kerangka Pikir Penelitian.....	51
2. Kerangka Aturan Kerjasama Pasar Produk Halal.....	84



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk mendapatkan pemahaman yang jelas dan pengertian dalam memahami arti judul yang dimaksud oleh penulis, maka judul skripsi ini di jelaskan dengan lugas. Adapun judul skripsi ini adalah **“Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk Halal di Pasar ASEAN ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**. Untuk menghindari kesalahpahaman dan memahami maksud judul skripsi, terlebih dahulu di perlukan penegasan terhadap istilah istiah yang terdapat dalam judul sebagai berikut :

1. Kerja Sama

Pengertian kerjasama adalah melakukan sesuatu kegiatan dengan cara bersama-sama atau tidak dengan secara individualis. Kegiatan dengan kerja sama nantinya dapat merangkul setiap orang untuk bisa saling peduli, mengerti, berbagi bahkan saling melengkapi satu sama lain demi untuk mendapatkan tujuan bersama yang saling menguntungkan antara satu individu kepada individu lainnya.¹

2. Ekonomi

Ekonomi atau *economic* dalam banyak literatur ekonomi disebutkan berasal dari bahasa Yunani yaitu kata *Oikos* atau *Oiku* dan *Nomos* yang berarti peraturan rumah tangga. Dengan kata lain pengertian ekonomi adalah semua yang menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan perikehidupan dalam rumah tangga tentu saja yang dimaksud dan dalam perkembangannya kata rumah tangga bukan hanya sekedar merujuk pada satu keluarga yang terdiri dari suami,isteri dan

¹Dougherty, james E. & Robert L. Pfaltzgraff, *Contending Theoris*, (New York : Happer and Row Publisher, 1997), 418

anak-anaknya, melainkan juga rumah tangga yang lebih luas yaitu rumah tangga bangsa, negara dan dunia.²

3. Perdagangan

Perdagangan adalah menukar barang dengan barang atau uang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.³

4. Produk Halal

Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetika, dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram atau dilarang untuk dikonsumsi, digunakan, atau dipakai umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan bantu, dan bahan penolong lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan Syariat Islam.⁴

5. Asean

Asean adalah negara-negara yang ada di Asia Tenggara, yang tergabung dalam kelompok dan sektor kerjasama yang dilakukan biasanya pada sektor pertahanan, politik dan ekonomi.⁵

6. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.⁶

² Iskandar Putong, *Economics Pengantar mikro dan Makro*, (Jakarta, Mitra Wacana Media, 2010), 1

³ H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), Ed.1, 67

⁴ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

⁵ Abubakar Eby Hara, *Pengantar Analisis Politik Luar Negeri: Dari Realisme sampai Konstruktivisme* (Bandung: Nuansa, 2011), 33

⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 14

Berdasarkan pada uraian penegasan judul tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bermaksud untuk mengetahui serangkaian hubungan yang tidak didasarkan pada kekerasan atau paksaan, dan disahkan secara hukum dan dilakukan melalui diplomasi Indonesia dan Thailand dalam bentuk kerjasama perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean yang berdasarkan pada prinsip agama dan tauhid yang tertuang dalam rukun iman dan rukun Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Negara-negara di Asia Tenggara, membangun kerjasama melalui Forum Regional Asean yang juga melibatkan negara-negara maju didalamnya. Peningkatan peran dan kerjasama dengan negara maju merupakan strategi negara Asean untuk mencapai kepentingan kawasan melalui adanya interaksi intens dengan negara-negara maju tersebut.

Persaingan kekuatan di kawasan Asia Tenggara saat ini tidak hanya dalam bidang militer dan pertahanan, tetapi juga mencakup bidang ekonomi, perdagangan, dan investasi. Hal itu tergambarkan dalam berbagai bentuk kebijakan pemerintah masing-masing negara di kawasan ini untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kinerja perdagangan dan aliran investasi ke negara mereka.⁷

Transformasi ekonomi politik global telah membawa perubahan yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan bangsa dan negara. Susan Strange (1988-1992) yang pertama kali menyatakan bahwa telah lahir “diplomat” baru dalam sistem ekonomi global yakni perusahaan sehingga memunculkan *triangular diplomacy*, yaitu diplomasi antara negara dan negara, perusahaan dan perusahaan serta negara dan perusahaan. Dalam perkembangan selanjutnya, proses diplomasi, khususnya diplomasi ekonomi, tidak lagi bersifat triangular, namun decagon

⁷ Faizatul Amala, dkk, “Dampak Keterbukaan Perdagangan Internasional Sektor Jasa Terhadap Pertumbuhan Ekonomi : Pendekatan Panel Dinamis”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Tahun XXV No.2, (Agustus 2015) : 2

atau segi delapan yang melibatkan jauh lebih banyak aktor semisal *non-governmental organisations* dan *international organisations*.⁸

Seiring dengan semakin kompleksnya proses kerjasama ini, negara-negara dituntut untuk mampu meningkatkan kapabilitas mereka dalam hal menangani urusan ekonomi eksternal. Dalam mengelola relasi ini, diplomasi ekonomi merupakan media yang paling dominan dan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan negara-negara berkembang dalam memanfaatkan peluang dari globalisasi ekonomi.⁹

Persaingan semakin terasa setelah krisis finansial global terjadi tahun 2008, yaitu ketika pertumbuhan permintaan dagang dan aliran modal dari negara-negara maju yang selama ini menjadi mitra tradisional relatif melambat. Dalam bidang perdagangan, pasar menjadi pilihan rasional. Masing-masing negara memilihnya untuk mempertahankan pertumbuhan ekspor, termasuk di antaranya adalah Indonesia dan Thailand.¹⁰

Thailand merupakan salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang paling merasakan dampak krisis tersebut. Dampak krisis tersebut berupa menurunnya volume perdagangan dan harga komoditas juga menunjukkan pelemahan. Ketergantungan terhadap sektor perdagangan luar negeri menjadikannya rentan terhadap fluktuasi perekonomian global. Kondisi yang relatif sama dialami oleh Indonesia.

Neraca Perdagangan (*balance of trade*) adalah selisih antara nilai ekspor dengan nilai impor. Defisit neraca perdagangan akan berpengaruh besar terhadap defisit neraca berjalan seperti yang terjadi pada perekonomian Indonesia belakangan ini. defisit neraca berjalan mengindikasikan adanya ketidakseimbangan eksternal, dan apabila jumlahnya terlalu besar dan berlangsung

⁸ Parreira, P.C., "Some Considerations of the State of the Art of The New Economic Diplomacy", 2005, h. 2

⁹ Rana S. Kishan, *Economic Diplomacy; the Exprience od Developing Countries*, diakses dari <http://www.cutscitee.org/CDS03/pdf/CDS03-Session1-02.pdf>, pada tanggal 18 Maret 2020 Pukul 02.41

¹⁰ <https://www.kemlu.go.id/bangkok/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/KERJA-SAMA-PERDAGANGAN-PERUSAHAAN-INDONESIA-DAN-THAILAND.aspx>. Diakses tanggal 19 Maret 2020 Pukul 02.19

terus-menerus akan mengakibatkan terjadinya *currency crisis*. *Currency crisis* yang berdampak pada penurunan tajam nilai mata uang domestik (depresiasi yang hebat) akan berdampak pada krisis ekonomi secara keseluruhan. Sementara itu, penurunan nilai mata uang domestik akan memperberat beban pembayaran utang luar negeri yang berdenominasi mata uang asing, sehingga mengakibatkan pelemahan pada pertumbuhan ekspor.¹¹

Pertumbuhan ekspor yang melemah sebagai akibat dari berkurangnya permintaan dari pasar tradisional Eropa dan Amerika Serikat (AS) berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi. Nilai ekspor Indonesia turun sekitar 14,3% dari US\$ 140 milyar pada 2008 menjadi US\$ 119 milyar pada 2009. Pada saat yang sama, pertumbuhan ekonomi pun melambat dari 6,01% menjadi 4,63%.¹²

Pemerintah dan BI menciptakan kebijakan lanjutan yang mampu memperbaiki defisit transaksi berjalan dan neraca pembayaran. Ekspor harus didorong dan impor dikurangi, khususnya barang-barang yang tidak mendesak. Kemudian, pemerintah berupaya untuk melakukan kerja sama dengan negara-negara ASEAN, terutama Malaysia dan Thailand dalam pemasaran produk makanan, minuman, serta kosmetik.¹³

Kisaran antara tahun 2012 sampai dengan tahun 2017, merupakan tahun-tahun di mana kerja sama perdagangan antara Indonesia dan Thailand semakin kuat. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar neraca perdagangan Indonesia-Thailand di bawah ini :¹⁴

¹¹ Dewi Restu Mangeswuri, "Fluktuasi Neraca Perdagangan", *Jurnal Info Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Volume 6 Nomor 7 (April 2014) : 14

¹² <https://www.kemlu.go.id/bangkok/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/KERJA-SAMA-PERDAGANGAN-PERUSAHAAN-INDONESIA-DAN-THAILAND.aspx>. Diakses tanggal 19 Maret 2020 Pukul 02.19

¹³ Dewi Restu Mangeswuri...,15

¹⁴ <https://www.kemlu.go.id/bangkok/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/KERJA-SAMA-PERDAGANGAN-PERUSAHAAN-INDONESIA-DAN-THAILAND.aspx>. Diakses tanggal 19 Maret 2020 Pukul 02.19

Neraca Perdagangan Indonesia – Thailand periode 2012-2017

(Nilai : RIBU US\$)

Uraian	2012	2013	2014	2015	2016	Trend (%) 2012-2016	Jan-Okt		Perub.(%) 2017/2016
							2016	2017	
TOTAL PERDAGANGAN	18.073.659,50	16.764.967,20	15.564.160,40	13.590.621,30	14.060.984,00	-6,87	9.429.107,10	10.444.482,30	10,77
MIGAS	1.284.730,70	937.190,70	866.479,50	971.478,90	849.953,90	-7,61	549.877,80	724.544,90	31,76
NON MIGAS	16.788.928,70	15.827.776,60	14.679.680,90	12.619.142,40	13.211.530,20	-6,81	8.879.229,30	9.179.937,30	9,47
EKSPOR	6.635.141,10	6.061.870,00	5.783.117,00	5.507.253,00	5.394.050,10	-4,97	3.490.251,00	4.274.653,30	22,47
MIGAS	1.144.990,90	847.806,20	780.195,40	906.771,70	783.719,60	-6,68	512.741,80	682.704,60	33,15
NON MIGAS	5.490.150,20	5.214.063,80	5.002.921,60	4.600.481,50	4.610.330,50	-4,63	2.977.509,20	3.591.948,70	20,64
IMPOR	11.438.514,40	10.703.097,30	9.781.043,40	8.083.368,30	8.666.934,00	-8,02	5.938.956,10	6.169.829,00	3,89
MIGAS	139.739,80	89.494,50	86.284,10	64.707,20	65.734,30	-16,73	37.136,00	41.480,30	12,67
NON MIGAS	11.298.778,50	10.613.712,80	9.694.759,30	8.018.661,20	8.601.199,70	-7,93	5.901.720,10	6.127.988,70	3,83
NERACA PERDAGANGAN	-4.803.377,30	-4.641.227,30	-3.997.926,40	-2.576.115,30	-3.272.883,90	-12,68	-2.448.605,00	-1.895.175,70	22,60
MIGAS	1.005.251,10	758.421,70	693.911,30	842.064,60	717.985,30	-5,53	475.605,80	640.864,30	34,75
NON MIGAS	-5.808.628,40	-5.399.649,00	-4.691.837,70	-3.418.179,90	-3.990.869,20	-11,38	-2.924.210,80	-2.536.040,00	13,27

Sumber: BPS, diolah Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan, 2019

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa neraca perdagangan Indonesia dengan Thailand pada periode 2012-2017 mengalami fluktuasi dimana total perdagangan tertinggi terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar US\$ 18.073.659,50. Sedangkan total perdagangan terendah terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar US\$ 9.429.107,10 dengan rata-rata perubahan sebesar 10,77%.

Data *United Nation (UN) Comtrade* menunjukkan bahwa dari 30 komoditi ekspor utama Indonesia dan Thailand ke seluruh negara pada tahun 2008, terdapat 11 komoditi yang sama. Di antaranya adalah mesin pemroses data, karet alam dan ban kendaraan, produk otomotif dan komponennya, udang dan kepiting, serta komponen radio dan televisi.¹⁵

Indonesia dan Thailand mengeksport produk manufaktur yang relatif sama. Kedua negara bersaing di sektor tekstil dan pakaian, mesin non-elektris, mesin perkantoran dan alat-alat

¹⁵ *Ibid.*

transportasi. Data *Export Similarity Index* (ESI) menunjukkan bahwa indeks kesamaan ekspor antara Thailand dengan Indonesia meningkat relatif lebih signifikan daripada indeks kesamaan ekspor antara Thailand dengan Malaysia, Singapura dan Filipina.¹⁶

Selain mengekspor produk manufaktur yang relatif sama, Indonesia dan Thailand pun telah melakukan hubungan diplomasi dan kerjasama terhadap pengembangan pasar produk halal. Diplomasi ekonomi sebagai proses yang dilalui oleh negara dalam mengelola hubungan luar negerinya, ditujukan untuk mengoptimalkan keuntungan nasional di segala bidang, termasuk di sektor perdagangan dan investasi, baik di tingkatan bilateral, regional maupun di level multilateral. Rana dalam bukunya yang berjudul "*Economic Diplomacy; the Expiience od Developing Countries*" menyatakan bahwa luasnya ruang lingkup diplomasi ekonomi menuntut partisipasi aktif tidak hanya dari aktor negara, seperti kementerian luar negeri dan kementerian perdagangan, tetapi juga dari aktor non-negara. Oleh sebab itu, kemitraan dan kolaborasi yang efektif antara aktor negara dan non-negara menjadi salah satu kunci sukses dibalik pelaksanaan diplomasi ekonomi.¹⁷

Sebagai negara berkembang dan negara dengan sumber daya ekonomi yang mumpuni, Indonesia merupakan salah satu pemain besar dalam relasi ekonomi global. Pada tahun 2011, Indonesia telah menandatangani 146 perjanjian internasional dan meratifikasi 26 perjanjian dimana 60 persen di antaranya merupakan kerjasama ekonomi. Angka ini menunjukkan aktifnya Indonesia dalam perekonomian global dan karenanya membutuhkan praktek dan strategi diplomasi ekonomi yang lebih kompleks. Secara umum, diplomasi ekonomi sendiri cenderung

¹⁶ As-syifa Hanum Farida, dkk, *Kerja Sama Ekonomi dan Perdagangan Indonesia dan Thailand*, Paper Pengantar Ekonomi, (Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Statistik, 2014), 2

¹⁷ Rana S. Kishan, *Economic Diplomacy; the Expiience od Developing Countries*, diakses dari <http://www.cutscitee.org/CDS03/pdf/CDS03-Session1-02.pdf>, pada tanggal 18 Maret 2020 Pukul 02.41

bersifat multi-level dan multi-actor. Multi-level berarti bahwa diplomasi ekonomi dijalankan pada (sekurang-kurangnya) empat level atau tingkatan yakni bilateral, regional, plurilateral dan multilateral dan bersifat *multi-actor* yakni melibatkan banyak aktor lain selain pemerintah. Selain itu, diplomasi ekonomi Indonesia juga mengalami perubahan signifikan dikarenakan penerapan desentralisasi, dimana kekuasaan yang terbagi dan bukan hanya terkonsentrasi di pusat dapat mempersulit proses konsolidasi untuk kepentingan ekonomi nasional. Dengan memperhatikan berbagai problematika di atas, diplomasi ekonomi Indonesia menjadi menarik untuk diidentifikasi dan dikaji agar dapat memberikan gambaran holistik mengenai keseluruhan praktek diplomasi Indonesia.¹⁸

Efektivitas diplomasi ekonomi menuntut harmonisasi atau integrasi lembaga-lembaga pemerintah, yang berkaitan dengan urusan luar negeri. Beberapa negara telah mempraktikkan hal demikian yaitu menggabungkan urusan politik dan perdagangan luar negeri. Bentuk konkret diplomasi ekonomi lainnya yang harus segera mendapatkan perhatian pemerintah adalah kegiatan promosi ekspor dan mobilisasi aliran masuk investasi asing serta melembagakan hubungan dengan negara lain dalam bentuk kerangka kerja sama yang dapat mengakomodasi kepentingan industri domestik.¹⁹

Diplomasi ekonomi dapat menjadi salah satu instrumen efektif untuk mengapitalisasi hubungan diplomatik, sehingga menjadi faktor pendorong dalam peningkatan ekspor ke negara-negara sahabat. Thailand adalah salah satu di antara banyak negara yang secara serius mengintensifkan pendekatan diplomasi ekonomi, dalam lingkungan global saat ini. Thailand secara konsisten menggunakan strategi bilateral *free trade agreement* untuk

¹⁸ Kementerian Perdagangan Indonesia, Market Brief Perdagangan Perbatasan Thailand, diakses dari <http://djpen.kemendag.go.id/membership/data/files/8be8f-10>, pada tanggal 20 Maret 2020 Pukul 02.56

¹⁹ Rana S. Kishan, *Economic Diplomacy; the Exprience od Developing Countries*, diakses dari <http://www.cutscitee.org/CDS03/pdf/CDS03-Session1-02.pdf>, pada tanggal 18 Maret 2020 Pukul 02.41.

memperluas akses pasar produk. Kolaborasi antara pemerintah dan swasta juga menjadi faktor penting dalam pelaksanaan diplomasi ekonomi Thailand.²⁰

Jika dibandingkan dengan Thailand, Indonesia belum optimal dalam memanfaatkan instrumen diplomasi ekonomi terhadap negara mitra, demi kepentingan perekonomian nasional. Situasi ini dapat dimaklumi karena faktor konsumsi domestik Indonesia yang besar sehingga pasar luar negeri kurang diperhatikan.²¹

Salah satu diplomasi yang dilakukan antara Indonesia dengan Thailand adalah kerjasama pengembangan pasar produk halal. Adanya kerjasama pengembangan pasar produk halal dilatarbelakangi adanya peningkatan jumlah permintaan akan produk halal yang dikembangkan oleh Indonesia dan Thailand.²²

Berbagai peluang dan tantangan yang ada, sektor-sektor industri halal tetap menjadi peluang yang menjanjikan karena luasnya cakupan target pasar yang ada dimana pengguna produk halal tidak terbatas pada masyarakat muslim, tetapi juga masyarakat non muslim. Selain itu, produk-produk halal telah mendapatkan respon yang baik dari konsumen di dunia karena adanya jaminan kualitas produk yang ketat sehingga memberikan rasa aman pada penggunaanya.

Permintaan produk halal global semakin meningkat semakin meningkat saat ini, hal ini memacu kerjasama antarnegara mayoritas muslim. Kerjasama tersebut terjadi antara Indonesia dan Thailand, yang saat ini tengah gencar melakukan kerjasama terkait tingginya permintaan akan produk halal. Produk halal Indonesia dan Thailand dapat dilihat dari tabel berikut ini :

²⁰ *Ibid.*

²¹ Kementerian Perdagangan Indonesia, Market Brief Perdagangan Perbatasan Thailand, diakses dari <http://djpen.kemendag.go.id/membership/data/files/8be8f-10>, pada tanggal 20 Maret 2020 Pukul 02.56

²² *Ibid.*

Tabel 1.
Data Produk Halal Indonesia dan Thailand

Negara	Perusahaan	Sertifikat Halal	Produk Halal	Ekspor
Indonesia	713	1001	50.696	US\$ 200 juta
Thailand	17	17	267	US\$ 5 milyar

Sumber: LPPOM MUI (2019) dan *Global State of Islam Economic*.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa Indonesia telah mengekspor produk halal ke Thailand dengan total US\$ 200 juta, sedangkan Thailand telah mengekspor produk halal ke Indonesia dengan nilai total sebesar US\$ 5 milyar. Thailand berambisi menjadi lima besar eksportir produk halal pada 2020. Perhatian dan dorongan khusus dari Pemerintah Thailand sengaja diberikan untuk mencapai target ini. *National Food Institute* (NFI) Thailand mendorong pemanfaatan peluang ekspor pangan halal selama lima tahun ke depan.²³ Pemerintah Thailand akan menggulirkan program pengembangan produk halal untuk usaha kecil dan menengah (UKM) dan Otop (*One Tambon, One Product*) untuk mempercepat pencapaian target ekspor pada 2020.²⁴

Indonesia-Malaysia-Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT) Forum merupakan momen strategis membangun aliansi antara 3 negara dalam rangka memperkuat kerjasama pembangunan layanan produk halal di wilayah ASEAN. Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mewacanakan pembangunan Kawasan Industri Halal di Indonesia. Kawasan Industri Halal diharapkan mampu menciptakan produk-produk

²³ <http://www.halalmui.org/mui14/> Diakses tanggal 20 Maret 2020 Pukul 09.42

²⁴ <https://www.cnbcindonesia.com/news/20180628174733-4-20960/bahas-ekonomi-indonesia-thailand-akan-bertemu-di-yogya>. Diakses pada tanggal 21 Maret 2020 Pukul 03.59

yang bisa bersaing dengan produk luar nantinya. Thailand sudah mempersiapkan Kawasan Industri Halal dengan target pada tahun 2020 dan menjadi eksportir ketiga di dunia. Pasar domestik dengan penduduk Indonesia sekitar 250 juta sangat besar. Jika diambil 80%, maka akan sangat besar sekali produk-produk kawasan industri halal untuk dapat bersaing. Pasar global pun besar, dengan jumlah masyarakat 1,8 miliar jiwa, diyakini produk halal akan diminati.²⁵

Kawasan Industri Halal dimaksudkan untuk menjadikan produk-produk hasil industri Indonesia lebih baik mulai dari bahan baku, *packaging* dan distribusi yang semuanya dikontrol dengan baik. Pada tahun 2014, nilai ekspor makanan dan minuman ke negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI) sebesar US\$ 763,6 juta atau sekitar 14,21% dari total ekspor makanan dan minuman. Ekspor produk halal dalam empat tahun ini (2012-2017) menunjukkan tren positif yakni meningkat 11,71% dengan produk utama pasta, saus, dan tuna.²⁶

Istilah “halal” mencakup segala sesuatu yang sesuai dengan hukum Islam seperti yang tertulis dalam Al-Quran. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 168 bahwa,

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*

²⁵ *Ibid.*

²⁶ <https://www.liputan6.com/global/read/3580857/lebih-dari-100-perusahaan-indonesia-beroperasi-di-thailand-ini-alasannya>. Diakses pada tanggal 21 Maret 2020 Pukul 05.00

Ayat tersebut di atas menegaskan bahwa, kehalalan sangatlah penting. Aturan yang paling terkenal adalah melarang daging babi dan alkohol, tetapi tulisan itu dapat diterapkan untuk semua jenis produk dan layanan. Meskipun ada upaya untuk menciptakan standar universal, untuk saat ini berbagai negara menggunakan metode sertifikasi mereka sendiri.

Secara demografi, Indonesia merupakan negara dengan persentase penduduk beragama Islam terbesar di dunia. Berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan pada tahun 2012, sebanyak 87,18% dari 237.641.326 jiwa penduduk Indonesia merupakan pemeluk agama Islam. Hal tersebut tentunya berpeluang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan konsumen produk halal terbesar di dunia. Namun saat ini, pengembangan industri halal di Indonesia masih didominasi oleh sektor pangan dan kosmetik. Padahal masih ada beberapa potensi sektor industri halal yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.²⁷

Saat ini, Malaysia memiliki keunggulan atas tetangganya di Asia Tenggara itu dalam bisnis halal. Malaysia mengeksport produk bersertifikat pada tahun 2017 senilai 43,3 miliar ringgit (\$10,5 miliar), naik 32 persen dari empat tahun sebelumnya dalam hal mata uang lokal. Makanan menyumbang hampir setengah dari ekspor, di samping kosmetik, bahan kimia dan barang-barang lainnya. Indonesia, sementara itu, mengirimkan \$7,6 miliar. Malaysia menempati peringkat pertama di antara negara-negara dengan posisi terbaik untuk meraih peluang dalam ekonomi Islam, padahal Indonesia juga memiliki produk-produk halal seperti makanan, kosmetik, dan hotel syariah yang cukup diminati, namun kurang menjangkau masyarakat di negara Asia Tenggara terutama Thailand karena tergeser produk makanan dari Malaysia, kosmetik dari Korea, dan hotel syariah dari Jepang. Adapun jenis produk-produk halal tersebut adalah sebagai berikut :

²⁷ May Lim Charity, "Jaminan Produk Halal Di Indonesia (Halal Products Guarantee In Indonesia)", *Jurnal Legislasi Indonesia*, Volume 4 Nomor 1 (Maret 2017) : 99

Tabel 2**Jenis-Jenis Produk Halal Kerja Sama Indonesia-Thailand**

Jenis Produk	Keterangan
Makanan	Baby octopus frozen, canned crabmeat, canned baby clams, bumbu instan, bubuk agar, kacang kulit, wafer, dan produk confectionery seperti permen dan gula-gula
Minuman	Kopi, teh, minuman instan, susu
Hotel	Hotel keluarga yang berazaskan syariah, seperti Hilton, Swiss-Bell Syariah.

Sumber : Pasar Halal Global, 2020

Berdasarkan tabel di atas, untuk produk makanan dan minuman halal, Kementerian Perdagangan mengikuti pameran THAIFEX-World of Food Asia 2014, yang berlangsung pada 21-25 Mei 2014 di Impact Challenger, Bangkok, Thailand. Produk makanan dan minuman yang ditampilkan dalam pameran ini adalah produk-produk yang diekspor ke Thailand, seperti mie instan, baby octopus frozen, canned crabmeat, canned baby clams, bumbu instan, bubuk agar, kopi, teh, kacang kulit, wafer, dan produk confectionery seperti permen dan gula-gula.²⁸

Pemilihan Indonesia dan Thailand sebagai fokus dari penelitian ini juga dilandasi oleh faktor kesamaan komoditi ekspor keduanya. Data UN Comtrade menunjukkan, dari 30 komoditi ekspor utama Indonesia dan Thailand ke seluruh negara pada tahun 2008, terdapat 11 komoditi yang sama. Diantaranya mesin pemroses data, karet alam dan ban kendaraan, produk otomotif

²⁸ <https://www.matamatapolitik.com/in-depth-malaysia-dan-indonesia-akan-mengembangkan-pasar-halal-global-senilai-3-triliun/> diakses pada tanggal 24 April 2020 pukul 14.58 WIB

dan komponennya, udang dan kepiting, serta komponen radio dan televisi. Neraca perdagangan produk halal kedua negara semakin menguat mulai tahun 2017, dimana kerja sama dimulai dengan kerja sama pada pasar produk makanan, minuman, dan fashion.²⁹ Data mengenai neraca perdagangan produk halal dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.
Neraca Perdagangan Produk Halal Indonesia – Thailand
(US\$ Milyar)

Negara	2017	2018	2019	2020
Indonesia	4,3	6,2	4,48	5,2
Thailand	7,86	9,78	9	10,1

Sumber : *IMF World Economic Outlook Database*, 2020

Dalam mengembangkan pasar produk halal, tentu terdapat sebuah lembaga institusi pemerintah yang mempunyai andil kuat dalam proses pengembangan pasar produk dan industri halal, baik itu di level domestik maupun internasional. Dalam hal ini, peran Majelis Ulama Indonesia sebagai lembaga yang menjamin kehalalan suatu produk, benar-benar sangat penting dalam mengembangkan pasar produk halal di negara ASEAN terutama Thailand.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk Halal di Pasar ASEAN ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan, agar tidak melebar permasalahannya maka penulis membatasi masalah yaitu Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk

²⁹ Andri Kurniawan, “Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Thailand terhadap Pasar Timur Tengah”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 17, Nomor 3, (Maret 2014) : 255

Halal di Pasar ASEAN baik dalam bentuk produk makanan, minuman, kosmetik, maupun hotel.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah bentuk kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Thailand dalam perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean?
2. Bagaimanakah Pandangan Ekonomi Islam mengenai kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Thailand dalam perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dampak bentuk kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Thailand dalam perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean.
2. Untuk mengetahui Pandangan Ekonomi Islam mengenai bentuk kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Thailand dalam perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean.

F. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat menjadi temuan baru lainnya tentang bentuk kerja sama ekonomi antara Indonesia dan Thailand dalam perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean ditinjau menurut perspektif ekonomi Islam. Selain dari itu penelitian ini juga bisa menjadi bahan rujukan, pembelajaran dan pertimbangan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) khususnya prodi

ekonomi islam untuk bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan dan wawasan baru bagi semua pihak.

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu mewujudkan suatu yang berguna bagi masyarakat untuk mengembangkan sumber daya yang ada.

G. Kajian penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dari banyaknya literatur yang menjadi sumber referensi, terdapat beberapa jurnal yang topiknya sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya. Dan hal ini dapat kita lihat dari penjelasan di bawah ini:

1. Skripsi Mariane Delanova (2016) dengan judul *Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Negara-negara Berkembang dalam G-33 untuk Mempromosikan Proposal Special Products dan Special Safeguard Mechanism*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi diplomasi negara-negara berkembang, pada khususnya Indonesia dalam forum perdagangan multilateral WTO. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menjabarkan dan menganalisis pada sumber data terkait. Hasil penelitian menunjukkan Strategi diplomasi ekonomi Indonesia dan negara-negara berkembang lainnya yang tergabung di dalam G-33 untuk memperjuangkan proposal *Special Products* dan *Special Safeguard Mechanism* agar dapat dikecualikan dari perdagangan bebas dalam kerangka WTO masih panjang. Dengan belum diterimanya SP dan SSM oleh semua anggota WTO, terutama oleh negara-negara maju, maka SP dan SSM belum dapat diatur dalam ketentuan *Agreement on Agriculture* (AoA), padahal SP dan SSM merupakan mekanisme perlindungan bagi pertanian negara-negara berkembang dan petani miskin di negara-negara berkembang. Oleh sebab itu, globalisasi, dalam hal ini

pada khususnya WTO belum mampu memberikan keuntungan bagi negara-negara berkembang.

2. Skripsi Rizki Amalia (tahun 2016) dengan judul Strategi Negara Anggota IMT-GT (Indonesia, Malaysia, Thailand *Growth Triangle*) Dalam Pengembangan Industri Halal. Penelitian ini merupakan suatu kajian mengenai kerjasama Indonesia, Malaysia, Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT) terkait pengembangan industri halal. Secara khusus penelitian ini difokuskan pada pembahasan mengenai perbedaan strategi dari masing-masing negara anggota IMT-GT khususnya dalam pengembangan industri halal di negaranya. Dalam perkembangannya, kerjasama IMT-GT belum memperlihatkan kerjasama ke arah komplementer (saling melengkapi) seperti yang diharapkan, terutama dalam peningkatan kemajuan industri halal memperlihatkan adanya ketimpangan di masing-masing negara. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menjabarkan dan menganalisis pada sumber data terkait. Hasil penelitian menunjukkan pada dasarnya kerjasama IMT-GT ini bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan di Indonesia, Malaysia, dan Thailand serta diadakan untuk mengantisipasi realisasi pasar bebas AFTA. Berdasarkan Konferensi Tingkat Tinggi IMT-GT disepakati mengenai penetapan IMT- GT *Roadmap for Development 2007-2011* yang mana salah satu sektor strategis yang akan dikembangkan antara wilayah-wilayah di tiga negara adalah sektor industri halal.
3. Skripsi Muhammad Fuad Rizal Adam (2017) dengan judul *Gastrodiplomacy* Jepang di Indonesia Melalui Program *Japan Halal Food Project (JHFP)* Tahun 2013-2015. Penelitian ini merupakan sebuah kajian tentang strategi diplomasi Jepang terhadap Indonesia melalui program pembangunan pangan halal Jepang (*Japan Halal Food Project*) tahun 2013-2015. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menjabarkan dan menganalisis pada sumber data terkait. Penelitian ini

menemukan sebuah fakta baru bahwa diplomasi yang dijalankan oleh suatu negara dalam konteks pasca Perang Dingin tidak selalu berawal dari hubungan negara yang berkonflik, tetapi dapat juga dikarenakan ingin memperoleh simpati dunia yang lebih luas. mekanisme bekerjanya *gastrodiplomacy* Jepang dilakukan dengan menggabungkan diplomasi publik, diplomasi budaya, membangun reputasi nasional (*nation branding*), dan dukungan sertifikasi halal yang merupakan upaya pencitraan Jepang sebagai negara yang ramah muslim (*muslim friendly*). *Gastrodiplomacy* melalui program pembangunan pangan halal Jepang (*Japan Halal Food Project*) di Indonesia melibatkan aktor negara dan aktor non-negara sebagai implikasi logis dari keterlibatan publik dalam proses diplomasi.

4. Skripsi Demeiati Nur Kusumaningrum (2017) dengan judul Trend Pariwisata Halal Korea Selatan. Penelitian dianalisis menggunakan metode kualitatif dengan penalaran deduktif. Data primer didapatkan melalui analisis teks laporan pemerintah Korea Selatan, lembaga negara yang bertugas mengembangkan sektor pariwisata, dan bertanggungjawab pada sertifikasi halal. Data sekunder didapatkan dari telaah pustaka yang bersumber dari publikasi data kuantitatif perdagangan Korea Selatan dan literatur penelitian yang merujuk pada pembangunan serta hubungan internasional Korea Selatan. Dengan mengaplikasikan pendekatan politik ekonomi internasional dan konsep *soft power*, hasil penelitian menunjukkan kepentingan Korea Selatan membangun citra negara ramah muslim dengan mempertimbangkan 1) peningkatan pendapatan masyarakat dan investasi, 2) mencari alternatif pengembangan pasar domestik agar tidak tergantung kepada Cina sebagai tujuan ekspor, dan 3) memperkuat kerjasama dan hubungan diplomatik dengan negara-negara non-tradisional.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang kerja sama pasar produk halal, namun pada penelitian ini, penulis menggunakan negara

Indonesia dan Thailand sebagai objek kerja sama pasar produk halal. Pemilihan Indonesia dan Thailand sebagai fokus dari penelitian ini juga dilandasi oleh faktor kesamaan komoditi ekspor keduanya.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “logos” yang artinya ilmu ataupun pengetahuan, jadi metodologi adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, sampai menyusun laporannya.³⁰ Metode penelitian adalah cara evaluasi, analisis dan seleksi berbagai alternatif, cara atau teknik. Metode ilmiah adalah cara menerapkan prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan, dan penjelasan. Metode penelitian merupakan sub bagian perencanaan usulan penelitian. Rencana penelitian harus logis, diikuti unsur-unsur yang urut, konsistensi, dan operasional, menyangkut bagaimana penelitian tersebut akan dijalankan.³¹

Adapun penelitian yang akan dilaksanakan ini merupakan penelitian yang sifatnya deskriptif kualitatif, Penelitian tentang “Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk Halal di Pasar ASEAN ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”. Berikut ini adalah hal hal yang terkait dengan metode penelitian yang akan di gunakan dalam meneliti permasalahan ini:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif / Naturalistik adalah penelitian yang dilakukan dengan kondisi objek yang alami, peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara gabungan, data yang di hasilkan bersifat deskriptif dan

³⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Bumi Aksara, Jakarta, 2009), 1.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan ; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2013), 11.

analisis data dilakukan secara induktif dan penelitian ini lebih menekankan makna dari generalisasi.³² Penelitian yang menggunakan sumber data primer yang objek utamanya adalah perdagangan produk halal. Data pendukung dan pelengkap lainnya adalah dari buku-buku, jurnal-jurnal serta dokumen laporan yang berkaitan dengan materi pembahasan, serta dari sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data yang jadi. Ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Ia juga bisa bersifat komparatif dan korelatif. Penelitian deskriptif banyak membantu terutama dalam penelitian yang bersifat longitudinal, genetic dan klinis. Penelitian survei biasanya termasuk dalam penelitian ini.³³

Dari berbagai data baik primer maupun sekunder yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis yang berkaitan dengan “Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk Halal di Pasar ASEAN ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”.

3. Sumber Data

Dalam mengerjakan penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi atau data dengan cara membaca, mengutip dan menyusun berdasarkan data-data yang di temukan dan di peroleh. Dalam penulisan penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari

³² Sedarmayanti, dan Syarifudin Hidayat, *Metodologi Penelitian* (Bandung : Mandar Maju, 2002), 33

³³ Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : PT.Bumi Aksara, 2012), 44

sumber pertamanya.³⁴ Dari penelitian ini, data primer yang di ambil adalah wawancara dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang ada atau diperoleh dari sumber internal maupun eksternal.³⁵ Dalam penelitian ini sumber data sekunder bisa diambil dari literatur, bacaan, buku dan jurnal peneliti terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang di teliti. Pengertian lain dari populasi adalah keseluruhan atau totalitas objek psikologis yang di batasi oleh kriteria tertentu.³⁶ Berdasarkan data dan informasi yang di dapat, populasi dalam penelitian ini adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

b. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang di amati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel.³⁷ Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling adalah pengambilan sampel yang bersifat tidak acak, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sebagai perkiraan apabila subjeknya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua

³⁴ Mardalis, *Metode Penelian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta : PT Bumi Aksara2008.), 26.

³⁵ M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2000), 82

³⁶ Sedarmayanti, dan Syarifudin Hidayat, *Metodologi Penelitian...*,121

³⁷ *Ibid*, 124

sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika subjeknya besar maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Berdasarkan data populasi yang ada, total pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan adalah 30 orang. Karena sampelnya kurang dari 100 maka penulis mengambil seluruh populasi sebagai sampelnya.

5. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Metode Observasi atau pengamatan langsung adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.³⁸

b. Wawancara

Metode Wawancara/Interview adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode interview, yaitu tanya jawab terarah untuk mengumpulkan data yang relevan saja.³⁹ Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang merupakan catatan buku, surat kabar, notulen rapat, agenda dan lain

³⁸ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 21

⁶⁰

³⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), 14

19.

sebagainya.⁴⁰ Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data yang bersumber pada dokumentasi tertulis, dan lainnya sesuai dengan keperluan penelitian sekaligus pelengkap untuk mencari data-data yang lebih objektif dan jelas yang berisi mengenai segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pengrajin gerabah dan pendukung lainnya.

6. Metode Analisis Data

Penelitian ini bersifat kualitatif / Naturalistik dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan kondisi objek yang alami, peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara gabungan, data yang dihasilkan bersifat deskriptif dan analisis data dilakukan secara induktif dan penelitian ini lebih menekankan makna dari generalisasi.⁴¹

Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data dan jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Ia juga bisa bersifat komparatif dan korelatif. Penelitian deskriptif banyak membantu terutama dalam penelitian yang bersifat longitudinal, genetic dan klinis. Penelitian survei biasanya termasuk dalam penelitian ini.⁴² Metode ini digunakan sebagai analisis dari berbagai literatur atau sumber data yang sudah dikumpulkan berkaitan dengan Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk Halal di Pasar ASEAN ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

I. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

⁴⁰ Husain Husman, *Metodelogi Penelitian Sosial* (Jakarta : Bumi aksara, 1996), 6

⁴¹ Sedarmayanti, dan Syarifudin Hidayat, *Metodologi Penelitian...*, 33

⁴² Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian...*, 44

BAB I. PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan berisi tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan kajian penelitian terdahulu yang relevan

BAB II. LANDASAN TEORI

Landasan teori berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu meliputi, Pengertian Kerjasama Internasional, Alasan-Alasan Negara Melakukan Kerjasama Internasional, Faktor-Faktor yang Mendorong Kerjasama Internasional, Tujuan Kerjasama Internasional, Bentuk-Bentuk Kerjasama Internasional, Diplomasi, Pengertian Diplomasi, Diplomasi Ekonomi, Produk Halal, Pengertian Produk Halal, Perdagangan dan Pengembangan Pasar Poduk Halal, Kepentingan Nasional dalam Kerjasama Perdagangan dan Pengembangan Pasar Produk Halal, Ekonomi Islam, Definisi Ekonomi Islam, Karakteristik Ekonomi Islam, serta Perdagangan Dalam Ekonomi Islam.

BAB III. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Metode penelitian berisi tentang Gambaran Umum Objek Penelitian yang meliputi gambaran dan kondisi umum negara Indonesia dan Thailand, serta Deskripsi Penelitian yang meliputi produk-produk halal, dan wilayah pemasaran.

BAB IV. ANALISIS PENELITIAN

Hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang temuan penulis berdasarkan data yang dikumpulkan di lapangan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu berisi tentang : Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk Halal di Pasar ASEAN ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam, dan Perspektif Ekonomi Islam Kerja Sama Ekonomi Indonesia-Thailand dalam Perdagangan Produk Halal di Pasar ASEAN ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

BAB V. Penutup

Penutup berisi tentang kesimpulan yang diperoleh oleh penulis dalam penelitian ini, beserta saran yang ingin penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerja Sama Internasional

1. Pengertian Kerjasama Internasional

Pengertian kerjasama adalah melakukan sesuatu kegiatan dengan cara bersama-sama atau tidak dengan secara individualis. Kegiatan dengan kerja sama nantinya dapat merangkul setiap orang untuk bisa saling peduli, mengerti, berbagi bahkan saling melengkapi satu sama lain demi untuk mendapatkan tujuan bersama yang saling menguntungkan antara satu individu kepada individu lainnya. Kerjasama sendiri dapat diwujudkan dengan berbagai bentuk, tergantung dari tujuan kerjasama itu sendiri. contohnya saja dalam sebuah perusahaan, biasanya pada perusahaan melakukan bentuk kerjasamanya dalam bentuk sebuah tim yang mana tim tersebut memiliki tujuan untuk menyelesaikan sebuah perusahaan agar senantiasa berjalan dengan lancar dan perusahaan tersebut bisa maju. Kerjasama dapat tercipta sebagai akibat dari penyesuaian-penyesuaian perilaku aktor-aktor dalam merespon atau mengantisipasi pilihan-pilihan yang di ambil oleh aktor-aktor dalam merespon atau mengantisipasi pilihan-pilihan yang diambil oleh aktor-aktor lainnya. Kerjasama dapat dijalankan dalam suatu proses perundingan yang diadakan secara nyata atau karena masing-masing pihak saling tahu sehingga tidak lagi diperlukan suatu perundingan.⁴³

Kerjasama dapat didefinisikan sebagai serangkaian hubungan-hubungan yang tidak didasarkan pada kekerasan atau paksaan dan disahkan secara hukum, seperti dalam sebuah organisasi internasional seperti PBB dan Uni Eropa. Aktor-aktor negara membangun hubungan kerjasama melalui suatu organisasi internasional dan rezim internasional, yang

⁴³ Dougherty, james E. & Robert L. Pfaltzgraff, *Contending Theoris...*,418

didefinisikan sebagai seperangkat aturan-aturan yang disetujui, regulasi-regulasi, norma-norma, dan prosedur-prosedur pengambilan keputusan, dimana harapan-harapan para aktor dan kepentingan-kepentingan negara bertemu dalam suatu lingkup hubungan internasional.⁴⁴

2. Alasan Negara-Negara Melakukan Kerjasama

Ada beberapa alasan mengapa negara melakukan kerjasama dengan negara melakukan kerjasama dengan negara lainnya:⁴⁵

- a. Dengan alasan demi meningkatkan kesejahteraan ekonominya banyak negara yang melakukan kerjasama dengan negara lainnya untuk mengurangi biaya yang harus ditanggung negara tersebut dalam memproduksi suatu produk kebutuhan bagi rakyatnya karena adanya keterbatasan yang dimiliki negara tersebut.
- b. Untuk meningkatkan efisiensi yang berkaitan dengan pengurangan biaya.
- c. Karena adanya masalah-masalah yang mengancam keamanan bersama.
- d. Dalam rangka mengurangi kerugian negatif yang diakibatkan oleh tindakan-tindakan individual negara yang memberi dampak terhadap negara lain.

Kerjasama internasional pada umumnya berlangsung pada situasi-situasi yang bersifat desentralisasi yang kekurangan institusi-institusi dan norma-norma yang efektif bagi unit-unit yang berbeda secara kultur dan terpisah secara geografis, sehingga kebutuhan untuk mengatasi masalah yang menyangkut kurang memadainya informasi tentang motivasi-motivasi dan tujuan-tujuan dari berbagai pihak sangatlah penting.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Holsti LR, Ermala P, *On the burning temperature of tobacco*, (New York : J Cancer Research, 1955), 362-363

3. Faktor-Faktor yang Mendorong Kerjasama

Suatu kerjasama internasional didorong oleh beberapa faktor, yaitu:⁴⁶

- a. Kemajuan di bidang teknologi yang menyebabkan semakin mudahnya hubungan yang dapat dilakukan negara sehingga meningkatkan ketergantungan satu dengan yang lainnya.
- b. Kemajuan dan perkembangan ekonomi mempengaruhi kesejahteraan bangsa dan negara. Kesejahteraan suatu negara dapat mempengaruhi kesejahteraan bangsa-bangsa.
- c. Perubahan sifat peperangan dimana terdapat suatu keinginan bersama untuk saling melindungi dan membela diri dalam bentuk kerjasama internasional.
- d. Adanya kesadaran dan keinginan untuk bernegosiasi, salah satu metode kerjasama internasional yang dilandasi atas dasar bahwa dengan bernegosiasi akan memudahkan dalam pemecahan masalah yang dihadapi

4. Tujuan Kerjasama Internasional

Tujuan kerjasama internasional pada umumnya memberikan dampak baik kepada negara tersebut. Berikut diantaranya tujuan kerjasama internasional yang bisa kita pahami:⁴⁷

- a. Mempererat Persahabatan

Menjalin hubungan kerjasama internasional nantinya akan berdampak pada eratnya persahabatan antara negara-negara yang saling melakukan kerjasama. Hal ini mampu menghindari kita dari rasa permusuhan antara negara-negara yang mengikuti kerjasama.

⁴⁶ Abubakar Eby Hara, *Pengantar Analisis Politik Luar Negeri: Dari Realisme sampai Konstruktivisme*...,32

⁴⁷ *Ibid.*

b. Menciptakan Perdamaian Dunia

Salah satu dampak kerjasama internasional bisa dilihat dari terciptanya perdamaian dunia. Menghindari kekerasan dan peperangan yang akan terjadi. Kerjasama internasional tergolong cukup ampuh untuk mengatasi hal ini.

c. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi pada Setiap Negara

Salah satu faktor banyak negara yang menjalin kerjasama adalah untuk menunjang serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Indonesia contohnya bagi negara berkembang.

d. Memperluas Tenaga Kerja

Kerjasama internasional juga mampu memperluas tenaga kerja. Biasanya berawal dari pertukaran pelajar. Adanya pertukaran pelajar hasil dari kerjasama internasional nantinya akan memberi dampak baik pada tenaga kerja ahli yang handal. Serta dengan pertukaran pelajar membuat sektor tenaga kerja menjadi lebih luas dan mempunyai skill yang cukup baik.

5. Bentuk-bentuk Kerjasama Internasional

Bentuk kerjasama internasional meliputi beberapa sektor seperti, ekonomi, politik, budaya, sosial dan lain sebagainya⁴⁸.

a. Kerjasama Bilateral

Kerjasama ini bukan hal yang baru lagi kita kenal. Kerjasama bilateral adalah kerjasama yang dijalin oleh dua negara atau lebih, biasanya didasari oleh hubungan baik dan manfaat yang saling menguntungkan. Misalnya kerjasama pada sektor ekonomi ataupun pariwisata.

⁴⁸ *Ibid.*

b. Kerjasama Regional

Sedikit berbeda dengan kerjasama bilateral, untuk kerjasama regional sendiri adalah merupakan suatu bentuk kerjasama antar negara dimana negara-negara tersebut berada dalam satu wilayah atau satu kawasan saja. Misalnya saja negara-negara yang ada di Asia Tenggara, yang tergabung dalam kelompok ASEAN. Sektor kerjasama yang dilakukan biasanya pada sektor pertahanan, politik dan ekonomi.

c. Kerjasama Multi Lateral

Kerjasama sama ini merupakan kerjasama yang dilakukan oleh lebih dari dua negara dan tidak terbatas pada status negara serta wilayah negara tersebut.

Kerjasama internasional dapat dilakukan oleh semua negara, salah satunya adalah kerjasama antara Indonesia dengan Thailand. Kerjasama Indonesia dengan Thailand merupakan serangkaian hubungan yang tidak didasarkan pada kekerasan atau paksaan, kerjasama ini disahkan secara hukum dan dilakukan melalui diplomasi Indonesia dan Thailand dalam bentuk kerjasama perdagangan dan pengembangan pasar produk halal di kawasan Asean.

B. Diplomasi Ekonomi

1. Pengertian Diplomasi

Diplomasi kerap kali dikaitkan dengan perundingan maupun perjanjian antara dua pihak maupun lebih. Hal tersebut benar adanya mengingat diplomasi merupakan urusan atau penyelenggaraan hubungan resmi antara satu negara dengan negara yang lain melalui wakil negaranya masing-masing sebagai perantara. Sejatinya diplomasi merupakan sistem komunikasi dalam masyarakat internasional yang bertujuan untuk membuat suatu persetujuan atau kesepakatan antarnegara. Dalam dunia politik sebagai proses komunikasi

antaraktor internasional guna mencari penyelesaian atas konflik yang dihadapi dengan cara bernegosiasi.⁴⁹

Sejatinya diplomasi terbagi menjadi dua bentuk berdasarkan cakupan topik yang akan didiplomasikan itu sendiri, yang pertama adalah diplomasi makro. Diplomasi makro pada umumnya lebih banyak menyangkut hal-hal mengenai propaganda, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi, ataupun militer. Sedangkan yang kedua, diplomasi mikro, merupakan diplomasi yang lebih banyak menjual kepentingan nasional negaranya melalui budaya, seperti kesenian dan olah raga. Salah satu bentuk diplomasi adalah diplomasi ekonomi, diplomasi ekonomi merupakan salah satu bentuk diplomasi yang mempergunakan instrumen ekonomi guna mencapai tujuan dan kepentingan negara.⁵⁰

2. Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi adalah salah satu bentuk diplomasi yang mempergunakan instrumen ekonomi guna mencapai tujuan dan kepentingan negara (atau lembaga lain seperti korporasi) tertentu. Secara umum, diplomasi ini diterjemahkan sebagai proses pengajuan kebijakan dan keputusan serta berbagai konsultasi tentang kemudahan dan prospek ekonomi guna mencapai tujuan dan kepentingan nasional, untuk dinegosiasikan agar dapat disepakati oleh negara lain, baik secara bilateral maupun multilateral. Diplomasi ekonomi biasa merujuk kepada kepentingan untuk masalah perdagangan (ekspor atau impor), investasi, pinjaman, pelaksanaan proyek pembangunan atau hal-hal lain yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Diplomasi ekonomi merupakan suatu proses, melalui proses dimana suatu negara menyelesaikan masalahnya dengan negara lain,

⁴⁹ Rana S. Kishan, *Economic Diplomacy; the Expiience od Developing Countries*, diakses dari <http://www.cutscitee.org/CDS03/pdf/CDS03-Session1-02.pdf>, pada tanggal 18 Maret 2020 Pukul 02.41

⁵⁰ *Ibid.*

guna memaksimalkan pendapatan dan perolehan negara melalui kegiatan ekonomi dan pertukaran ekonomi, baik secara bilateral, regional maupun multilateral.⁵¹

C. Produk Halal

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yaitu pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan, dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumen manusia, termasuk bahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.⁵²

Menurut Pasal 1 huruf a Undang-Undang Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal, yaitu pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan Syariat Islam.⁵³

Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Produk Halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan Syariat Islam.⁵⁴

Menurut Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetika, dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram atau dilarang untuk dikonsumsi, digunakan, atau dipakai umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan bantu, dan bahan penolong lainnya termasuk bahan produksi yang diolah

⁵¹ Rana S. Kishan, *Economic Diplomacy; the Expiience od Developing Countries*, diakses dari <http://www.cutscitee.org/CDS03/pdf/CDS03-Session1-02.pdf>, pada tanggal 18 Maret 2020 Pukul 02.41

⁵² Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

⁵³ Undang-Undang Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pedoman dan Tata Cara Pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal

⁵⁴ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan Syariat Islam.

Proses produk halal yang selanjutnya disingkat PPH adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, pengelolaan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Produk makanan halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan Syariat Islam, antara lain:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, dan kotoran.
- c. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara Syariat Islam.
- d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengolahan, dan transportasi tidak boleh digunakan untuk babi dan/atau barang tidak halal lainnya. Jika pernah digunakan untuk babi dan/atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara Syariat Islam.
- e. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung unsur khamar.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan dalam Pasal 69 Penyelenggaraan Keamanan Pangan dilakukan melalui :⁵⁵

- a. Sanitasi pangan;
- b. Pengaturan terhadap bahan tambahan pangan;
- c. Pengaturan terhadap pangan produk rekayasa genetika;
- d. Pengaturan terhadap iradiasi;
- e. Penetapan standar kemasan pangan;

⁵⁵ Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan

- f. Pemberian jaminan keamanan pangan dan mutu pangan; dan
- g. Jaminan produk halal bagi yang dipersyaratkan.

D. Perdagangan dan Pengembangan Pasar Produk Halal

Komunitas muslim di seluruh dunia telah membentuk segmen pasar yang potensial dikarenakan pola khusus mereka dalam mengkonsumsi suatu produk. Pola konsumensi ini diatur dalam ajaran Islam yang disebut dengan Syariat. Dalam Syariat tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya atau proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran Syariat tersebut.⁵⁶

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan Syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.⁵⁷

Biasanya kata halal bisa digunakan untuk menyebut makanan dan minuman yang boleh dikonsumsi menurut *syar’i*. Saat ini kesadaran umat Islam di dunia untuk mengkomunikasikan produk-produk halal terbilang sangat tinggi. Begitu pula dengan pakaian, keputusan MUI merujuk kepada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan MUI berlandaskan kepada UU tersebut.

Menurut Organisasi Konferensi Islam (OKI), halal merupakan tindakan yang dibenarkan untuk dilakukan menurut *syar’i*. Yang dimaksud makanan *halalan thayyiban* adalah

⁵⁶ <http://www.halalmui.org/mui14/> Diakses tanggal 21 Maret 2020 Pukul 09.42

⁵⁷ *Ibid.*

makanan yang boleh untuk dikonsumsi secara Syariat dan baik bagi tubuh secara kesehatan (medis). Makanan dikatakan halal paling tidak harus memenuhi tiga kriteria, yaitu halal zatnya, halal cara perolehannya, dan halal cara pengolahannya. Halal zatnya, makanan yang halal menurut zatnya adalah makanan yang dari dasarnya halal untuk dikonsumsi dan telah ditetapkan kehalalannya dalam kitab suci *al-qur'an* dan *al-hadist*. Halal cara memperolehnya yaitu makanan yang didapat dengan cara yang baik dan sah menurut Syariat Islam, Makanan akan menjadi haram apabila cara memperolehnya dengan jalan yang batil karena itu bisa merusak tubuh kita dan merugikan orang lain serta dilarang oleh Syariat. Adapun dari makanan yang diperoleh dari makanan yang batil adalah dengan cara mencuri, merampok, menyamun, dan lain sebagainya. Halal cara pengolahannya yaitu makanan yang semula halal dan akan berubah menjadi makanan haram apabila cara pengolahannya tidak sesuai dengan syariat islam. Contohnya buah anggur, makanan ini halal tetapi karena telah diolah menjadi minuman keras maka minuman ini menjadi haram.⁵⁸

E. Kepentingan Nasional dalam Kerjasama Perdagangan dan Pengembangan Pasar Produk Halal

Pada kepentingan nasional peran negara sebagai aktor yang mengambil keputusan dan memerankan peranan penting dalam pergaulan internasional berpengaruh bagi masyarakat dalam negerinya. Demikian pentingnya karena ini yang akan menjadi kemaslahatan bagi masyarakat yang hidup di wilayah tersebut. Terdapat empat tipe kepentingan, yaitu kepentingan pertahanan dan keamanan, kepentingan ekonomi, kepentingan tata internasional, dan kepentingan ideologi. Kepentingan pertahanan dan keamanan merupakan kepentingan yang berupaya melindungi warga negaranya dari serangan negara lain. Kepentingan ekonomi merupakan kepentingan suatu negara dalam meningkatkan

⁵⁸ *Ibid.*

pertumbuhan ekonominya, kepentingan untuk menambah mitra dalam berbisnis, dan kepentingan untuk meningkatkan kesejahteraan. Kepentingan ideologi adalah kepentingan yang melindungi ideologi negaranya dari ideologi dari negara lain. Lalu, tipe-tipe tersebut dipersempit menjadi kepentingan primer dan sekunder yang dibedakan menurut skala penting atau tidaknya suatu kepentingan.⁵⁹

F. Ekonomi Islam

Ekonomi islam bukan hanya merupakan praktik kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu dan komunitas muslim yang ada, namun juga merupakan perwujudan perilaku ekonomi yang di dasarkan pada ajaran islam. Ia mencakup cara memandang permasalahan ekonomi, menganalisis, dan mengajukan alternatif solusi atas berbagai permasalahan ekonomi. Ekonomi islam merupakan konsekuensi logis dari implementasi ajaran islam secara *kaffah* dalam aspek ekonomi. Oleh karena itu, perekonomian islam merupakan suatu tatanan perekonomian yang di bangun atas nilai nilai ajaran islam yang di harapkan, yang belum tentu tercermin pada perilaku masyarakat muslim yang ada pada saat ini.

1. Definisi Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai *fallah* berdasarkan pada prinsip – prinsip nilai Al- qur'an dan sunnah.⁶⁰

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas didalam kerangka syariah. Ilmu yang

⁵⁹ Herrick, Bruce and Charles P Kindleberger, *Ekonomi Pembangunan*, terjemahan Drs. Komarudin (Jakarta: Bina Aksara, 2008), 21

⁶⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 19.

mempelajari perilaku seorang muslim dalam suatu masyarakat Islam yang dibingkai dengan Syariah. Definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompetibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terdampak dalam keputusan yang apriori, benar atau salah tetap harus diterima.⁶¹

Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah. Sedangkan pengertian ekonomi islam menurut para ahli, adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Siddiqie (1922) dan Naqwi (1994) ekonomi islam merupakan representasi perilaku ekonomi umat muslim untuk melaksanakan ajaran islam secara menyeluruh. Dalam hal ini, ekonomi islam tidak lain merupakan penafsiran dan praktik ekonomi yang dilakukan oleh umat islam yang tidak bebas dari kesalahan dan kelemahan. Analisis ekonomi setidaknya dilakukan dalam tiga aspek yaitu, norma dan nilai nilai dasar islam, batasan ekonomi dan status hukum dan aplikasi dan analisis sejarah.⁶²
- 2) M Umer Chapra *“Islamic economic was defined as that branch of knowledge which helps realize human well-being through an allocation and distribution of scarce resources that is in conformity with Islamic teaching without unduly curbing individual freedom or creating continued macroeconomic and ecological imbalances”*

Ekonomi Islam, menurut capra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu

⁶¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3E1), Ekonomi Islam (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2011), 14

⁶² *Ibid*, 18.

pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.⁶³

- 3) Menurut Syed Nawab Haider Naqvi, ilmu ekonomi Islam, singkatnya, merupakan kajian tentang perilaku ekonomi orang Islam representatif dalam masyarakat muslim modern.⁶⁴

Berdasarkan uraian pengertian ekonomi islam menurut para ahli di atas, ekonomi islam adalah salah satu cabang ilmu dalam ekonomi yang dalam pelaksanaannya yaitu mengelola dan mendaya gunakan sumber daya untuk kegiatan muamallah berdasarkan syariat islam yaitu Al-qur'an dan sunnah.

2. Karakteristik Ekonomi Islam

a. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan akhir dari ekonomi islam adlah sebagaimana tujuan dari syariat islam itu sendiri (*Maqashid asy syari'ah*) yaitu pencapaian kebahagiaan dunia akhirat (*fallah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat. Inilah kebahagiaan hakiki yang di inginkan oleh setiap manusia, bukan hanya kebahagiaan semu yang sering kali pada akhirnya justru melahirkan penderitaan dan kesengsaraan. Dalam konteks ekonomi tujuan falah yang ingin di capai oleh ekonomi islam meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon waktu dunia ataupun akhirat.

⁶³ Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 16

⁶⁴ Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam, dan Muhammad Ufuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 28

b. Moral Sebagai Pilar Ekonomi Islam

Moral (*akhlaq*) islam menjadi pegangan pokok dari para pelaku ekonomi yang menjadi penduan mereka untuk menentukan suatu kegiatan adalah baik atau buruk sehingga perlu dilaksanakan atau tidak. Jika ini bisa terwujud, maka kita bisa mengatakan bahwa moral berperan sebagai pilar dari terwujudnya bangunan ekonomi Islam. Hanya dengan moral islam inilah bangunan ekonomi islam dapat tegak dan hanya dengan ekonomi islam lah fallah dapat di capai. Peranan moral sebagai pilar ekonomi islam juga bisa dilihat dari posisi kunci yang dimilikinya.

Untuk menyederhanakan, moral ekonomi islam dapat di uraikan menjadi dua komponen meskipun dalam praktiknya kedua hal ini saling beririsan, yaitu:

- 1) Nilai ekonomi islam (*value*) merupakan kualitas atau kandungan intrinsik yang diharapkan dari suatu perilaku atau keadaan. Nilai ini juga mencerminkan pesan pesan moral yang di bawa dari suatu kegiatan seperti kejujuran, keadilan, kesatuan dan sebagainya.
- 2) Prinsip ekonomi islam merupakan suatu mekanisme atau elemen pokok yang menjadi struktur atau kelengkapan suatu kegiatan atau keadaan. Dalam contoh sholat, prinsip dicerminkan dari rukun dan syarat sahnya sholat yang membuat suatu kegiatan bisa disebut dengan sholat.⁶⁵
- 3) Nilai – Nilai Dasar Ekonomi Islam
 - a) Keadilan (*Adl*) merupakan nilai paling asasi dalam ajaran islam. Keadilan sering kali diletakan sederajat dengan dengan kebajikan dan ketakwaan (QS 5:8). Berdasarkan

⁶⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, ...,58

muatan makna adil yang ada dalam Al quran, maka bisa di turunkan berbagai nilai turunan sebagai berikut: Persamaan kompetisi, Persamaan hukum, Moderat, Proporsional.

- b) Khilafah berarti tanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah di muka bumi, yaitu menjadi wakil Allah untuk memakmurkan bumi dan alam semesta. Makna khilafah dapat dijabarkan lebih lanjut menjadi beberapa pengertian sebagai berikut: Tanggung jawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar, Tanggung jawab mewujudkan *maslahah* maksimum, Tanggung jawab perbaikan kesejahteraan setiap individu.
- c) Takaful hal ini mendorong manusia untuk hubungan baik diantara individu dan masyarakat melalui konsep penjaminan oleh masyarakat atau takaful.⁶⁶

3. Prinsip Prinsip Ekonomi Islam

Para pemikir ekonomi Islam berbeda pendapat dalam memberikan kategorisasi terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam. Sebagaimana dikutip Muslim H. Kara, Khurshid Ahmad mengkategorisasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam pada prinsip Tauhid, Rub-biyyah, Khilafah, dan Tazkiyah.⁶⁷ Mahmud Muhammad Bablily menetapkan lima prinsip yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi dalam Islam: al-ukhuwwa (persaudaraan), al-insan (berbuat baik), al-nasihah (memberi

⁶⁶ *Ibid*, 63.

⁶⁷ Muslimin H Kara, *Bank Syariah di Indonesia Analisis Terhadap Pemerintah Indonesia Terhadap Perbankan Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 37-39

nasihat), al-istiqomah (teguh pendirian), dan altaqwa (bersikap taqwa).⁶⁸

Prinsip Ekonomi Islam juga dikemukakan Masudul Alam Choudhury, dalam bukunya, *Contributions to Islamic Economic Theory* sebagaimana dikutip Muslim H. Kara, Ekonomi Islam menurutnya didasarkan pada tiga prinsip, yaitu: (1) *the principle of tawheed and brotherhood* (prinsip tauhid dan persaudaraan), dan (2) *the principle of work and productivity* (prinsip kerjadan produktifitas), dan (3) *the principle of distributional equity* (prinsip pemerataan dalam distribusi).⁶⁹

Prinsip prinsip ekonomi islam juga bisa di jelaskan sebagai berikut:

- a. Manusia adalah makhluk pengemban amanat Allah untuk memakmurkan kehidupan di bumi, dan diberi kedudukan sebagai khalifah (wakilnya) yang wajib melaksanakan petunjuk-petunjuk-Nya
- b. Bumi dan langit seisinya diciptakan untuk melayani kepentingan hidup manusia, dan ditundukan kepadanya untuk memenuhi amanat Allah. Allah jugalah pemilik mutlak atas semua ciptaan-Nya
- c. Manusia wajib bekerja untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya
- d. Kerja adalah yang sesungguhnya menghasilkan (produktif)
- e. Harta jangan hanya beredar di kalangan kaum kaya saja, tetapi diratakan, dengan jalan memenuhi kewajiban-kewajiban kebendaan yang telah ditetapkan dan menumbuhkan kepedulian sosial berupa anjuran berbagai macam shadaqah.

⁶⁸ Mahmud Muhammad Bablily, *Etika Bisnis: Studi Kajian Konsep Perekonomian menurut alQur'an dan as-sunnah*, terj. Rosihin. A Ghani (Solo, Ramadhani, 1990), 15

⁶⁹ *Ibid*, 38

- f. Harta jangan dihambur-hamburkan untuk memenuhi kenikmatan melampaui batas. Mensyukuri dan menikmati perolehan usaha hendaklah dalam batas yang dibenarkan syara.

G. Kerja Sama Indonesia dan Thailand Dalam Pandangan Hukum Islam

Indonesia pada awalnya sertifikasi halal merupakan gerakan *civil society* yang didukung negara, yaitu LPPOM MUI. Tujuan utamanya adalah melindungi umat islam dari barang-barang haram. Namun dengan keluarnya Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, penanganan sertifikasi halal akan dilakukan oleh lembaga negara, yaitu Badan penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Sedangkan di Thailand sertifikasi halal menjadi wewenang penuh Central Islamic Council Of Thailand (CICOT), semacam MUI di Indonesia. Di Thailand sertifikasi produk halal sangat membantu negara di sektor ekonomi, terutama untuk kepentingan ekspor makanan ke negara-negara muslim serta menarik wisatawan muslim ke Thailand.⁷⁰

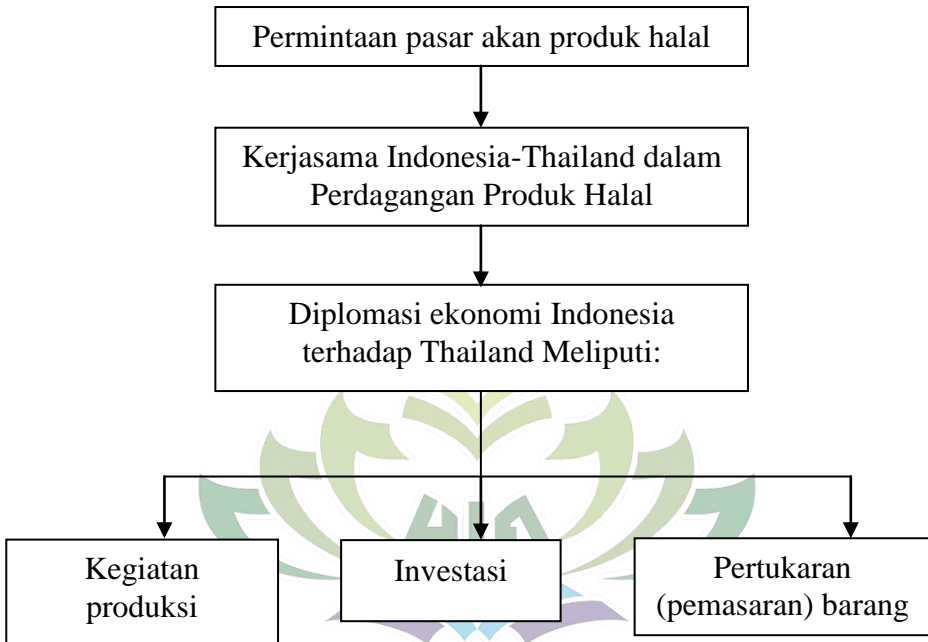
Pada perdagangan produk halal, prinsip kerja sama yang dilakukan antara Indonesia dan Thailand adalah dengan prinsip jual ba'i. Dalam prinsip jual beli ba'i, dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Tingkat keuntungan pemilik barang ditentukan diawal, sebagai bagian dari harga atas barang yang dijual.⁷¹

⁷⁰ Muhammad Zumar Aminuddin, Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand diakses dari https://www.researchgate.net/publication/312075495_Sertifikasi_Produk_Halal_Studi_Perbandingan_Indonesia_dan_Thailand pada tanggal 27 Juli 2020 pukul 11.36 WIB

⁷¹ *Ibid.*

H. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, kerangka fikir dapat digambarkan sebagai berikut,



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Dari tabel kerangka berfikir diatas, penulis bermaksud menjelaskan bahwa Indonesia dan Thailand telah melakukan hubungan diplomasi dan kerjasama terhadap perdagangan dan pengembangan pasar produk halal. Diplomasi ekonomi sebagai proses yang dilalui oleh negara dalam mengelola hubungan luar negerinya, dengan tujuan untuk mengoptimalisasi keuntungan nasional di segala bidang, termasuk di sektor perdagangan dan investasi, baik di tingkatan bilateral, regional maupun di level multilateral.

Luasnya ruang lingkup diplomasi ekonomi, menurut Rana S. Kishan, menuntut partisipasi aktif tidak hanya dari aktor negara, seperti kementerian luar negeri dan kementerian perdagangan, tetapi juga dari aktor non-negara. Perkembangan bisnis halal dalam perspektif bukan saja halal secara syariah, tetapi mempersyaratkan standar mutu yang tinggi telah meningkat dengan pesat. Hal ini secara nyata dapat dideteksi dari volume perdagangan produk halal, jumlah negara yang terlibat dalam bisnis halal, tingkat kesadaran konsumen internasional, keterlibatan perusahaan-perusahaan multinasional dan lokal di setiap negara dalam memproduksi produk halal serta kenaikan presentase bisnis halal dalam bisnis internasional, yang secara umum menunjukkan bahwa, bisnis halal telah menjadi bagian penting dari bisnis global, terutama dalam hal produk-produk makanan dan *Fast Moving Consumer Goods* yang sudah mulai diterima masyarakat global sebagai produk yang memiliki mutu yang baik.



DAFTAR RUJUKAN

A. Buku :

As-syifa Hanum Farida, dkk, *Kerja Sama Ekonomi dan Perdagangan Indonesia dan Thailand*, Paper Pengantar Ekonomi, Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Statistik, 2014

Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, PT.Bumi Aksara, Jakarta, 2012.

Dougherty, James E. & Robert L. Pfaltzgraff, *Contending Theoris*, New York, Happer and Row Publisher, 1997.

Hadari Nawawi, *Evaluasi dan manajemen kinerja di lingkungan perusahaan dan industri*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 2006.

Hara, Abubakar Eby, *Pengantar Analisis Politik Luar Negeri: Dari Realisme sampai Konstruktivisme*, Bandung, Nuansa, 2011.

Herrick, Bruce and Charles P Kindleberger, *Ekonomi Pembangunan*, terjemahan Drs. Komarudin, Jakarta, Bina Aksara, 2008.

Holsti LR, Ermala P, *On the burning temperature of tobacco*, New York, J Cancer Research, 1955.

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004

M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2000.

Mardalis, Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2008.

Parreira, P.C., “*Some Considerations of the State of the Art of The New Economic Diplomacy*”, 2005.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, Ekonomi Islam, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam, Jakarta PT Grafindo Persada, 2011.

Rana S. Kishan, *Economic Diplomacy; the Exprience od Developing Countries*, diakses dari <http://www.cutscitee.org/CDS03/pdf/CDS03-Session1-02.pdf>

Sedarmayanti, Syarifudin Hidayat, Metodologi Penelitian, Mandar Maju, 2002.

Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan ; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D ,Bandung : Alfabeta, 2013.

Syed Nawab Haider Naqvi, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, terj. M. Saiful Anam, dan Muhammad Ufuqul Mubin, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009.

Syofian Siregar, Statistik Deskriptif untuk Penelitian, Rajawali Pers, Jakarta, 2012.

Usman Rianse, Abdi, Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi ,Bandung : Alfabeta, 2009.

B. Jurnal dan Sumber Lainnya :

Andri Kurniawan, “Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Thailand terhadap Pasar Timur Tengah”, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Volume 17, Nomor 3, (Maret 2014) : 254 - 271

Faizatul Amala, dkk, *Dampak Keterbukaan Perdagangan Internasional Sektor Jasa Terhadap Pertumbuhan Ekonomi : Pendekatan Panel Dinamis*, Jurnal Ekonomi dan B Tahun XXV No.2, Agustus 2015

<https://www.kemlu.go.id/bangkok/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/KERJA-SAMA-PERDAGANGAN-PERUSAHAAN-INDONESIA-DAN-THAILAND.aspx>.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20180628174733-4-20960/bahas-ekonomi-indonesia-thailand-akan-bertemu-di-yogya>.

<https://www.liputan6.com/global/read/3580857/lebih-dari-100-perusahaan-indonesia-beroperasi-di-thailand-ini-alasannya>.

<http://www.halalmui.org/mui14/>

Kementerian Perdagangan Indonesia, Market Brief Perdagangan Perbatasan Thailand, diakses dari <http://djpen.kemendag.go.id/membership/data/files/8be8f-10>

May Lim Charity, “Jaminan Produk Halal Di Indonesia (Halal Products Guarantee In Indonesia)”, Jurnal Legislasi Indonesia, Volume 4 Nomor 1 (Maret 2017) : 99-108

